Lookism

– «Schön» und «hässlich» und was das mit (geschlechtlicher) Normierung zu tun hat
– Lookism in der Werbung – oder: Die Werbung ist an allem schuld!?
– Shrek, Tokio Hotel und der nicht-virtuelle Körper: Notizen zum Projekt l
– Interview mit Laura Méritt über SexualitätEN, (feministische) Pornos und Lookism...

Lookism

– «Schön» und «hässlich» und was das mit (geschlechtlicher) Normierung zu tun hat
– Lookism in der Werbung – oder: Die Werbung ist an allem schuld!?
– Shrek, Tokio Hotel und der nicht-virtuelle Körper: Notizen zum Projekt l
– Interview mit Laura Méritt über SexualitätEN, (feministische) Pornos und Lookism...

«Schön» und «hässlich» und was das mit (geschlechtlicher) Normierung zu tun hat

Lookism – das ist ja was ganz neues?! Ist der Begriff auch eher unbekannt, beschreibt er dennoch einen gewohnten und ganz alltäglichen Mechanismus. Menschen werden in «schön», «hässlich» oder irgendwo «dazwischen» eingeteilt und erhalten aufgrund dessen Vor- oder Nachteile. Das ist – kurz gefasst – Lookism.

Was «schön» und «hässlich» ist, wird durch gesellschaftliche Prozesse bestimmt. Menschen, die dem gerade vorherrschenden Schönheits- bzw. Körperideal nicht entsprechen, werden ausgegrenzt. Es ist schwieriger, Freund_innen[1] zu finden, mensch muss besonders viele Qualitäten aufweisen, dass sich «trotzdem» eine_r in sie_ihn verliebt, unter Umständen gibt es scheiss Blicke und Sprüche in der Strassenbahn oder anderswo im öffentlichen Raum. Diese gesellschaftlich konstruierten Ideale werden meist verinnerlicht und auch auf sich selbst angewendet, so dass mensch noch nicht mal bei der Selbstbetrachtung von diesen verschont bleibt. Lookism überall und kein Entrinnen...

Genauso wie die Vorstellung von Geschlecht ist auch das Schönheitsideal je nach Kultur, Zeit und sozialem Umfeld völlig unterschiedlich. So galten früher beispielsweise dickere Menschen als «schöner» und in China waren bis ins 20. Jahrhundert kleine Füsse der Inbegriff weiblicher «Schönheit», weshalb die Kinderfüsse der Mädchen[2] fest «geschnürt» und die Zehen gebrochen wurden; in Europa wiederum zwängten sich Frauen in Korsetts (oder wurden gezwängt). Und ob zum Beispiel sonnengebräunte Haut als «schön» wahrgenommen wird, ist auch zeitlich und kulturell bedingt.

Weltweit gesehen spielt auch die westlich weisse Vorherrschaft aufgrund von (post-)kolonialen Strukturen eine Rolle.So haben in vielen asiatischen Ländern fast alle kosmetischen Produkte einen «whitening»-Effekt, d.h. sie enthalten Wirkstoffe, die die Haut bleichen – unter anderem mit dem Ziel, dem weiss-westlichen Bild näherzukommen, das auch in TV und Werbung gezeigt wird. Um «westlichere» Augen zu bekommen, ist in Teilen Asiens die Lidoperation sehr beliebt.[3]

Schaut mensch sich Lookism näher an, fällt auch auf, dass es gewisse strukturelle Parallelen zu anderen Unterdrückungsmechanismen gibt. So werden zum Beispiel sowohl bei Sexismus, Rassismus, Ableism[4], Ageism[5] als auch bei Lookism Menschen unter anderem[6] anhand ihrer Körper nach einem hierarchischen Prinzip beurteilt. Sie erhalten auf Grund körperlicher Merkmale unterschiedlichen Status und/oder ihnen werden mit

Werturteilen versehene Eigenschaften zugeschrieben.

Aber zurück zum jeweiligen Schönheitsideal. Je näher mensch diesem kommt, umso besser für den Marktwert, sowohl «beruflich» als auch im «Privaten». Denn auch hier ist es wichtig, sich «gut zu verkaufen», also eigene Vorzüge, auch die äusseren, in den Vordergrund zu stellen. So spielt es beim Aussuchen von Freund_innen meist auch eine Rolle, ob sie den eigenen Wert steigern oder zumindest den gleichen Marktwert besitzen wie mensch selber (denn wer will sich schon innerhalb des eigenen Umfeldes für Freund_innen «schämen» müssen?).

Diskriminierung aufgrund des Aussehens hat aber nicht nur mit Idealbildern, sondern auch viel mit gesellschaftlichen Normen zu tun, die den Schönheitsidealen den Rahmen vorgeben. Bestimmtes Aussehen ist «normal». Und ist mensch nicht «normal» – weil sie_er den aufgedrückten Erwartungen nicht entsprechen kann oder will, dann wird sie_er ausgegrenzt und angegriffen.

Aber nicht für jede_n gelten dieselben Normen. Welche Schönheitsnormen für wen zum Tragen kommen, hängt von mehreren Faktoren ab. Eine grosse Rolle spielt dabei das gesellschaftlich zugeteilte Geschlecht. So gelten Haare an den Beinen gesellschaftlich mal als «hässlich», mal nicht – je nachdem, ob das Bein von einer Frau oder einem Mann ist[7]. Von einer Frau wird also nicht nur das passende «weibliche» Verhalten verlangt, sondern auch das dementsprechende Aussehen (und für Frauen ist das Aussehen tendenziell immer noch wichtiger als für Männer[8]), ein Typ dagegen muss wie ein «richtiger» Mann aussehen – sonst käme ja noch die Geschlechterordnung durcheinander..

Das Schönheitsempfinden ist also, genauso wie die Vorstellung von Geschlechtern und Sexualität, weder angeboren, «natürlich» oder gänzlich individuell, sondern immer von sozialen Normen und gesellschaftlichen Machtverhältnissen beeinflusst. Klar haben alle unterschiedliche Lebensumstände und das Schönheitsempfinden der einzelnen ist daher auch nie absolut identisch, aber auch ein «total eigenes» Schönheitsempfinden wird trotzdem – und das nicht nur zufällig – in vielen Punkten mit dem gesellschaftlichen oder szeneinternen Schönheitsideal übereinstimmen. Und «Schönheit» lässt sich nicht ohne «Hässlichkeit» denken, wodurch es zwangsläufig zu einer Hierarchisierung von Individuen kommt.

Einerseits gibt es den Slogan «Liebe deinen Körper, so wie er ist!», der auch in sogenannten «Frauenzeitschriften» zu finden ist, während andererseits fast nur normentsprechende Körper gezeigt werden und die Wichtigkeit des Äusseren betont wird. Wie also soll mensch ihren_seinen Körper vorbehaltlos mögen, solange es gesellschaftliche/szeneinterne/.. Normvorstellungen von «schön» und «hässlich», von einem «richtigen» und «falschen» Körper gibt?

Deshalb: Weg mit diesen Kategorien! Klar ist es toll, etwas «schön» zu finden. Problematisch wird es ja auch erst, wenn es sich nicht um Gegenstände dreht, sondern

Individuen ins «schön-hässlich»-Raster gepackt werden. Genauso wie Geschlecht und Hautfarbe bei der Bewertung von anderen nicht nur eine untergeordnete Rolle, sondern gar keine spielen sollten, sollte unserer Meinung nach ein Individuum generell nicht aufgrund bestimmter Körperformen/-Merkmale auf- oder abgewertet werden.

Was nicht heisst, dass mensch niemanden mehr schön, im Sinne von toll/angenehm/sexy/..., finden soll. Wir denken, dass es genug andere Möglichkeiten und Gründe gibt, sich selber und andere zu mögen, nämlich was sie_er tut und sagt – und da gibt es ja mehr als genug Sachen, die mensch grossartig (oder scheisse) finden kann!

Schönheitsvorstellungen drehen sich nicht nur um den Körper, sondern umfassen auch die «passende» Kleidung und Körpergestaltung, wobei es auch hier meist ganz unterschiedliche Erwartungen je nach angenommenem Geschlecht gibt.

Diskriminierung aufgrund «unpassender» Kleidung findet einerseits zwischen (Sub-)Kulturen und Szenen mit konträren Kleidungsnormen statt, aber es gibt auch Diskriminierung innerhalb einer Szene, wenn es einem Menschen nicht gelingt (oder sie_er sich verweigert), dem internen Schönheitsideal und Kleidungscode zu entsprechen.

Andererseits gibt es Menschen, die nach gesellschaftlicher/szeneinterner Ansicht den «richtigen» Stil haben, diese haben die «richtige» Kleidung in der «richtigen» Kombination mit den «richtigen» Accessoires und sind deshalb «schön» angezogen, was ihren Marktwert erhöht. Dieser «richtige» Stil ist von gesellschaftlichen/szeneinternen Nomen geprägt und daher auch je nach Zeitpunkt inhaltlich total unterschiedlich besetzt.

Allerdings lässt sich Kleidung nicht nur unter diesen Geschichtspunkt fassen. Einen Menschen abzuwerten, weil sie_er sich beispielsweise nicht die «passende» Modemarke leisten kann, ist eine Form von Ausgrenzung. Aber andererseits können durch Kleidung auch bewusst politische Aussagen transportiert werden – und es macht durchaus Sinn, eine Person nach diesen zu beurteilen (ein extremes Beispiel wäre eindeutig rechtsradikale Kleidung/Symbolik).

Also können Kleidung und andere Körpergestaltungen auch ein Mittel sein, sich selbst (politisch) auszudrücken und zu verorten. Unter Umständen kann Kleidung sogar einer subversiven Praxis dienen, zum Beispiel kann durch Kleidung/Schminke/etc. die herrschende Geschlechterordnung durcheinander gebracht werden. So stellt ein Typ mit Nagellack und Rock durchaus die heterosexistische Männlichkeitsvorstellung in Frage.

Durch solche Normbrüche kann nicht nur die geschlechtliche Ordnung aufgebrochen werden, sondern mensch kann auch dem gesellschaftlichen Konsens von «schön» und «hässlich» etwas entgegensetzen. Normen von Geschlecht (und damit auch Schönheit) lassen sich spielerisch und parodistisch umdrehen – und stellen somit das «Normale» in Frage. Dies ist auch eine Idee der Queer Theory. Dieses politische

Konzept wendet sich gegen Normierungen jeglicher Art und beinhaltet auch eine kritische Auseinandersetzung mit möglichen Ausschlüssen innerhalb der eigenen (Sub-) Kultur. Daher richtet sich Queer als politischer Begriff auch gegen Lookism.

Eine andere, auch in der Queer Theory bekannte Strategie ist es, sich ursprünglich abwertende Bezeichnungen oder Kennzeichen anzueignen und positiv zu besetzen. Auch mit dieser Strategie können Schönheitsvorstellungen gestört werden. Ganz nach dem Motto «Fat and Proud» – einem Slogan des Fat Liberation Movement(*9), einer Bewegung, die gegen Diskriminierung und Vorurteile gegenüber dickeren Menschen kämpft und vor allem in den USA zu verorten ist.

Fight lookism? Menschen nicht nach ihrem Körper zu beurteilen, ist meist schwieriger als gedacht. Selbst wenn Gegenstrategien bestehen und von dem Konzept von «schön» und «hässlich» theoretisch Abstand genommen wird, lassen sich die damit verbundenen, schon lange verinnerlichten Denkmuster nicht einfach so streichen. Das kann nur ein Prozess sein. Davon abgesehen, dass es im realen Leben weiterhin einen riesigen Unterschied macht, ob mensch dem Schönheitsideal entspricht oder eben nicht – mit den damit verbundenen Vor-oder eben Nachteilen!

Obwohl es also eher trostlos aussieht, Normzustände sich nicht einfach so ändern lassen und es noch genug andere Probleme auf der Welt gibt, denken wir, dass es trotzdem Sinn macht, sich über die Vielzahl und Verschränkungen von Unterdrückungsverhältnissen bewusst zu werden und damit auch eigenes Verhalten, Positionen und eventuelle Privilegien kritisch zu hinterfragen.

In diesem Sinne: Radicalize yourself.

[1] Der Unterstrich «_innen» soll die Funktion haben, dass nicht nur Frauen mitgedacht werden, sondern auch Menschen, die sich zwischen/ausserhalb der Zweigeschlechtlichkeit verorten.

[2] Also die Kinder, die der Kategorie «weiblich» zugeordnet wurden. Wir gehen davon aus, dass die Geschlechterordnung bzw. die Zweigeschlechtlichkeit gesellschaftlich konstruiert ist, sprechen im Text aber trotzdem von Frau/Mann, da diese Konstrukte die Gesellschaft strukturieren und als Gewaltverhältnisse real wirksam sind.

[3] Was nur zeigt, dass das Schönheitsideal immer und überall etwas mit Machtstrukturen zu tun hat.

[4] Ableism ist die Diskriminierung von Menschen mit «Behinderung», da sie nicht in die gesellschaftliche Norm passen.

[5] Ageism bedeutet soziale und ökonomische Benachteiligung von Personen aufgrund ihres Lebensalters.

[6] Dieses «unter anderem» ist wichtig, da diese Mechanismen komplexer sind, als dass sie sich nur auf die Formel «Diskriminierung aufgrund des Körpers» zusammenfassen liessen.

[7] Jedoch ist es in Teilen der linken Szene als Frau eher verpönt, sich zu rasieren (wobei sich die Frage auftut, ob es mit der Etablierung einer Gegen-Norm getan ist).

[8] Wobei die Vorstellung, dass Sich-Schön-Machen immer nur Frauensache war, eher als ein Mythos zu bewerten ist. «Denn im klassischen Griechenland galt beispielsweise der Männerkörper als attraktiver, »adonisch" heisst schön. Schönheit als Frauensache ist eine moderne Zuschreibung. Bis zum frühen 18. Jahrhundert etwa war die Geschlechterdifferenzierung in der Mode weniger wichtig als die Differenzierung nach Klasse.» (Nina Degele: «Wie´s gefällt», Freitag 39, http://www.freitag.de/2004/39/04392301.php)

[9] Mehr darüber steht im engl. Wikipedia http://en.wikipedia.org/wiki/Sizeism

Lookism[1] in der Werbung – oder: Die Werbung ist an allem schuld!?

Läuft mensch durch die Strassen, fährt U-Bahn oder sitzt im Kino, überall wird für Produkte geworben. Und dabei werden zumeist «schöne» Körpern gezeigt, also solche, die dem Schönheitsideal entsprechen. Da liegt schnell der Schluss nahe, dass die Werbung schuld sein muss: Am Schönheitsdruck, den Essstörungen oder am eigenen angeknacksten Selbstbewusstsein.

Jedoch gestalten sich die Zusammenhänge in der Realität durchaus etwas komplexer. Auf jeden Fall spiegelt Werbung gesellschaftliche (Macht-)Verhältnisse wider. Nicht umsonst sind es meist Frauen[2], die mit sexualisierten Körpern zur Wertsteigerung eines Produktes auftreten, ist sexuelles Begehren in der Werbung meist heterosexuell und die Menschen weiss- und wenn schwarz, dann oft mit rassistischen Klischees belegt[3].

Allerdings sind die Ursachen nicht bei den «bösen Werbekartellen», oder noch simpler «denen da oben», zu finden. Anstatt Funktionen und Produktionsbedingungen von Werbung auszublenden und sie dadurch verschwörungstheoretischem Denken zugänglich zu machen, macht es mehr Sinn, sich die eigentliche Aufgabe von Werbung zu verdeutlichen. Meist soll Werbung zu dem Kauf eines Produktes oder einer Dienstleistung motivieren. Das Hauptaugenmerk bei der Werbekonzeption gilt dabei der Zielgruppe, die Werbung richtet sich entlang ihrer jeweiligen Lebensentwürfe und Normen. Gäbe es in der Gesellschaft keinen Sexismus/..., gäbe es vermutlich auch keine sexistische/... Werbung, weil diese niemanden ansprechen würde. Gesellschaft und Werbeproduktion stehen immer in einem Wechselverhältnis. Zudem Menschen, die Werbung produzieren, auch Teil der Gesellschaft sind und somit (un-)bewusst gesellschaftliche Strukturen reproduzieren.[4]

Andererseits bilden genau diese gesellschaftlichen Verhältnisse den Rahmen, in dem sich inhaltliche[5] Werbekritik verstehen lässt. So lässt sich eine antisexistische Kritik an einer Werbung, in der eine Frau halbbekleidet für ein (Männer-)Produkt wirbt, weder damit begründen, dass ein halbbekleideter Mensch zu sehen ist, noch damit, dass das Model als fremdgeleitetes «Opfer»[5] gedeutet wird. Diese Werbung lässt sich als sexistisch verstehen, wenn mensch die seit Jahrhunderten bestehenden patriarchalen

Strukturen[7] miteinbezieht. Innerhalb dieser Verhältnisse kommt Frauen unter anderem die Funktion zu, (sexuelles) Objekt für Männer zu sein – und genau diese Logik wird in so einer Werbung fortgesetzt!

Genausowenig kann zusammenhangslos kritisiert werden, dass ein dünner Mensch als Werbeträger dient, da nicht der Fakt des «Dünn-Seins» das Problem ist, sondern dass in der Werbung (fast) nur dünne Menschen zu sehen sind[8] und somit eine gesellschaftlich konstruierte Körpernorm nicht nur widergespiegelt, sondern gleichzeitig auch verstärkt wird.

Darüber hinaus lässt sich an dem Beispiel von Werbung auch die Verschränkung von Sexismus und Lookism erkennen, so entspricht das Attribut «dünn» sowohl der (männlichen) Vorstellung von «Frau» als auch dem Ideal des «attraktiven Körpers».

Wenn auch Werbung gesellschaftliche Normen und Stereotype reproduziert (anstatt sie allein zu produzieren), darf ihre Wirkungsmacht auf Individuen nicht vergessen werden – genau das ist ja die Funktion von Werbung. Werbebotschaften sprechen die Bedürfnisse der jeweiligen Zielgruppe an und transportieren dabei bestimmte Vorstellungen und Glücksversprechungen. Und dabei werden immer auch Normen und Ideale übermittelt: Zum tollen Leben braucht mensch also nicht nur das angeworbene Produkt, sondern auch die Zweierbeziehung oder Kleinfamilie genauso wie einen schlanken Körper oder ein faltenloses Gesicht.

Ergo verfestigt und bestärkt sexistische/rassistische/lookistische/.. Werbung gesellschaftliche Machtverhältnisse sowohl, als es diese auch widerspiegelt. Daher ist es im Umgang mit Werbung nicht damit getan, diese zu verteufeln oder im Gegenzug, unkritisch aufzunehmen, solange gesellschaftliche Verhältnisse und somit auch eigene Positionen nicht mitgedacht werden.

[1] Diskriminierung aufgrund des körperlichen Erscheinungsbildes

[2] Wir gehen davon aus, dass die Geschlechterordnung bzw. die Zweigeschlechtlichkeit gesellschaftlich konstruiert ist, sprechen im Text aber trotzdem von Frau/Mann, da diese Konstrukte die Gesellschaft strukturieren und als Gewaltverhältnisse real wirksam sind.

[3] Dies entspricht einer Normalisierung von Weisssein: «Weiss» ist die bestimmende Norm im Verhältnis zu dem als besonders oder als anders konstruierten «Schwarz».

[4] Mal davon abgesehen, dass in der Werbebranche genauso wie in anderen gesellschaftlichen Bereichen sexistische und rassistische Strukturen zu finden sind (so ist davon auszugehen, dass auch hier in den höheren Positionen mehrheitlich weisse Männer sitzen). Bilder/Werbung zu produzieren, ist somit auch eine Form von Vorrecht, das nicht jede_r besitzt.

[5] Ein anderer Kritikpunkt wäre die (antikapitalistische) Kritik an der Werbung «an sich», doch das soll in diesem Text nicht diskutiert werden

[6] Damit soll darauf angespielt werden, dass in dem Diskurs Models einerseits «viktimisiert» werden (als ob sie nicht selbstbestimmt seien) oder ihnen andererseits das Recht zur Selbstbestimmung abgesprochen wird.

[7] Beziehungsweise im weiteren Sinne ist anzunehmen, dass patriarchale Strukturen schon seit Jahrtausenden existieren. Wobei wir auch hier nicht von einem einseitig binären Machtverhältnis ausgehen, dass die einfache Opferrolle von Frauen postuliert; ausserdem lassen sich Frauen nicht als homogene Gruppe beschreiben (Verschränkung von gender, «race» und class).

[8] Ausser, es werden «bewusst» andere Körper eingesetzt, entweder in der Funktion, ein bestimmtest Klischee zu erfüllen («der gemütliche Dicke») oder um «Rebellion» zu simulieren, so zum Beispiel die «anti-lookistischen» Kampagnen von Body Shop und Dove. Diese erfolgen aus markwirtschaftlichem Interessen, stellen aber trotzdem bis zu einem gewissen Punkt «Gegenkonzepte» dar.

Shrek, Tokio Hotel und der nicht-virtuelle Körper: Notizen zum Projekt L

Seit geraumer Zeit wirbt die Kosmetikfirma «Dove» mit molligen Models, Hella von Sinnen und Dirk Bach sind dicke Fernsehstars und der Kinofilm «Shrek» mit dem als hässlich gelabelten Oger als Filmhelden avancierte nichtsdestoweniger – oder vielleicht gerade deshalb – zum Kassenschlager. Die Welt erscheint immer pluralistischer und diese Entwicklung wirft die Frage auf, was überhaupt noch geblieben ist von den Schönheitsnormen, Zwängen und dem vorgeblichen Ideal.

Körpernormen variieren – und dies schon immer – je nach sozialem Kontext. Überdies scheinen sie in der heutigen Zeit immer vielfältiger zu werden, was aber nicht bedeutet, dass hegemoniale Schönheitsnormen keine Wirkmächtigkeit mehr entfalten. Inzwischen ist zwar (fast) alles erlaubt, aber doch nicht frei von Normen und Normierung. Ein gutes Beispiel dafür ist die Band Tokio Hotel: Der Musikmarkt hat zwar eine Band mit androgynem Frontsänger im Repertoire, allerdings ist diese der «bei der männlichen deutschen Jugend insgesamt meistgehasste Musik-Act»[1]. Kommt das Thema auf Tokio Hotel, schwelgen alle im homophob-sexistischen Konsens: Tokio Hotel sehen aus wie Mädchen und schwul sind sie auch. Entsprechend lautet auch der Refrain der vermutlich bekanntesten TokioHotel-Parodie auf YouTube, welche die interaktive Konstruktion von Geschlecht, Schönheit und sexueller Orientierung prägnant auf den Punkt bringt:

«Wir sind Krüppel und schwul, hässlich und fett, Spermaflecken überall im Bett, Mutter auf Koks, Vater auf Crack. Wir kommen von den Drogen nicht mehr weg. Irgendwann koksen wir zusammen, sowas ist cool, wir sind Krüppel und schwul».

Da Tokio Hotel geschlechtlich codierten Schönheitsnormen und entsprechendem Verhaltenskodex widersprechen, muss ihnen also zwangsläufig eine Abweichung von der heterosexuellen Ordnung ‹unterstellt› werden.

In Bezug auf die Versprechung zahlreicher Schönheitsideale im Zeitalter der Kulturindustrie stellt sich zudem die Frage, ob ein pubertierendes Mädchen etwa dies genauso sieht, oder anders gefragt: Ist das ihrem Körper entsprechende Schönheitsideal auch Teil der Produktpalette? Ein Blick in Bravo, Brigitte oder Bild zeigt eher Auswechselbares als Diverses. Schönheitsideale sind auch heute nicht so durchlässig und für alle frei verfügbar, wie es manchen auf den ersten Blick erscheinen mag.

Ausserdem ist es fraglich, ob die Erweiterung von Schönheitsidealen wirklich etwas Grundsätzliches verändert (auch wenn eine solche Entwicklung in jedem Fall einen Unterschied macht). Die Problematik in den Worten von Sonja Eismann über Emme, einer der Barbie nachempfundene, aber dicken Puppe:

«Hier stellt sich jedoch bald die Frage, inwieweit ein Schönheitsideal, das ein anderes ersetzt, den Status Quo verbessern kann und will. […] Was ist dann aber mit den kurzbeinigen, flachbrüstigen, langnasigen, dunkelhäutigen, dickbäuchigen Mädchen? Statt Schönheitsideale abzuschaffen, wird durch eine Erfindung wie der Emme-Puppe das Spektrum nur ein wenig erweitert. Das ist aber immerhin auch schon mal was, denn vielleicht ist die Bandbreite irgendwann so weit, dass es keine verbindlichen Normen mehr gibt (and I am the queen of wishful thinking, wie letztens eine Freundin so schön gesagt hat).»

Auch hier zeigen sich die Verschränkungen des Schönheitsideals mit anderen machtvollen Kategorien; so macht es in der Tat einen Unterschied in der Lebensrealität eines Mädchens, ob es «dunkelhäutig» oder «flachbrüstig» ist oder eben nicht, Mit diesem Komplex rund um Schönheit, Geschlecht, ‹race› und Körpernormierung will sich das Projekt (Anti)lookism auseinandersetzen.

Hinter den einzelnen Aktionen mit unterschiedlichen Schwerpunkte stehen meist nicht die Gruppe(n) in der Gesamtheit, da diese in einem loses Netzwerk mit verschiedenen Ansätzen und Positionen organisiert sind. Das Projekt richtete sich bis jetzt ausdrücklich nicht nur an eine ‹linke Szene› (daher gab es auch möglichst neutral und simpel geschriebene Texte und einen trashigen Polylux-Auftritt) – was aber nicht bedeuten soll, dass es in der Linken keinen Bedarf an der Auseinandersetzung mit dieser Thematik gibt. Dass dicke Polizistinnen nicht aufgrund ihrer Körpermasse kritikwürdig sind (andere Gründe sind oft ähnlich verkürzt), der gute Grund, Nazis nicht zu mögen, nicht ihre vermeintlich «hässlichen Fressen» sind und Frauen selber entscheiden können, ob sie sich nicht rasieren und keine Tangas tragen oder eben DOCH, müsste auch einigen Linken noch erklärt werden›

Wichtig ist uns, dass wir mit der antiquierten Unterteilung von künstlichen, verfälschten und durch Kosmetika und Schönheitsoperationen vermeintlich ‹patriarchal› bearbeiteten Körpern und manipulierten Frauen auf der einen Seite und dem ‹schönen› Naturkörper auf der anderen brechen. Dieser ‹Naturkörper›, der im Zuge der Kritik an Schönheitsnormen in der Vergangenheit oft ein positiver Bezugspunkt war, ist aus vielerlei Gründen ein problematisches Konzept. So geht er unter anderem auch mit einer Naturalisierung von Geschlecht einher. Erwähnt sei in diesem Zusammenhang die Performance-Künstlerin Orlan, die ihren Körper als postmodernen Kunstwerk versteht, ihn in Live-Performances chirurgisch verändern lässt und somit sowohl Schönheitsnormen und als auch den ‹Naturkörper› gelungen parodiert.

Ausserdem kritisieren wir soziobiologische Konzepte, die von einer naturbedingt

determinierten Vorstellung von schönen Körpern ausgehen; diese werden zum Beispiel von der Attraktivitätsforschung vertreten, die höchst problematische Thesen hervorbringt. Wir gehen davon aus, dass Schönheitsempfinden sozial konstruiert ist und immer in Verbindung zu gesellschaftlich vorherrschenden Normen steht.

Im übrigen soll der Begriff Lookism in keinem Fall dominante Machtachsen wie Sexismus und Rassismus in Frage stellen. Doch lässt es sich mit dem Begriff in diesem Themenfeld gut arbeiten, ausserdem ist es verkürzt, Schönheitsnormen nur unter Sexismus fassen zu wollen (da diese eben nicht nur mit Geschlecht, sondern u.a. auch mit ‹race› verschränkt sind). Desweiteren gibt es eine Verschränkung mit ‹Normkörper versus Körper mit Behinderung›, genauso wie der soziale Status («class») eine Rolle spielt (bspw. Schönheitsops und Markenklamotten kann sich nicht jede_r leisten).

Auch die Verwertbarkeit auf dem Arbeitsmarkt spielt hierbei eine Rolle (erwähnt sei die aktuelle Debatte über dicke Deutsche), welche wiederum mit dem Gesundheitsdiskurs im kapitalistischen Kontext in Verbindung steht.

Unterschiedliche Lesarten gibt es in punkto Kleidung und ihrer Funktion und Bedeutung: So ist Kleidung zum einen immer auch ein Medium der Kommunikation und dient eine bewussten gesellschaftliche Positionierung. Andererseits ist nicht jede Kleidung für alle frei zugänglich, sie ist oft mit Privilegien verbunden und kann in gesellschaftlichen Zusammenhängen als Ein- oder Ausschlusskriterium fungieren.

Schönheitshandeln (Gestaltung des Aussehens) ist ohnehin als ambivalent zu begreifen. Zwar ist es in jedem Fall normgeleitetes Handeln, jedoch kann eine Nicht-Inszenierung nicht das Ziel sein – überdies: eine Nicht-Inszenierung ist überhaupt nicht möglich! – und Schönheitshandeln ist, wenn auch eingebunden in Normen, eine Möglichkeit des selbstbestimmten Ausdrucks.

Auch wenn Medien in punkto Schönheitsnormen sicherlich eine Rolle spielen, ist unser Ansatz nicht der der Medienkritik. Gesellschaft und Werbung stehen immer in einem Wechselverhältnis zueinander und Werbung richtet sich an den Normen der Gesellschaft aus. Werbung ist somit als Spiegelbild des gesellschaftlichen Normalzustandes zu lesen und nicht ‹besser› oder ‹schlechter› als der Rest der Gesellschaft. Erst recht geht es uns nicht um Kritik an Models und sich nach dem Schönheitsideal richtende Frauen als vermeintlich ‹dumme› Opfer oder gar ‹Verbündete des Patriarchats›. Frauen wird in einer Art Doppelmoral oft nicht zugebilligt, dass sie Karriere machen; und dies gelingt als Frau eben oft besser entlang oder gerade durch die Besetzung weiblicher Klischees. Wenn dagegen Männer innerhalb oder mithilfe männlicher Rollenausübung erfolgreich sind, erscheint dies meist kaum erwähnenswert.

Im Differenzfeminismus war die Analyse von Schönheitsnormen oft eingebunden in eine Kritik an ‹böswillige Firmen› und obendrein verbunden mit einem Verständnis der ‹Frau› als passives und naives Opfer der Verhältnisse (dies wiederum passt

nur zu gut ins patriarchale Denkmuster). Wir sind uns bewusst, dass sich reaktionärer Antikapitalismus in der Kritik an Schönheitsnormen manifestieren kann und es Anknüpfungspunkte gab und gibt, genauso kann Feminismus völkisch oder Antirassismus platter Kulturrelativismus sein. Doch gibt es viele Zugänge gibt, sich mit dieser Thematik zu beschäftigen und wir wollen einen Ansatz formulieren, der eben nicht auf Verschwörungstheoriedenken, Differenzfeminismus oder dergleichen basiert. So ist ein Hauptfokus unserer Gruppe die Sichtbarmachung von verschränkten, komplexen Machtstrukturen anhand von Schönheitsnormen. Und es geht uns um die Ermächtigung zum nichtnormativen Körper: also – simpel formuliert – um queerfeministische Pornos, Riots-not-diets(-grrrl)-Kuchenbuffets und ein schönes Leben für alle!

Projekt L (Berlin)

[1] http://web.archive.org/web/20070828161310/http://wkl.50webs.org/tokiohotel.html

(treffende Tokio-Hotel-Hass-Analyse, wenn auch mit einigen schrägen Aussagen)

Interview mit Laura Méritt über SexualitätEN, (feministische) Pornos und Lookism...

Magst du dich erst mal vorstellen?
Ich bin die Sexpertin Laura Méritt und mein Ein-Frau-Unternehmen ‘Sexclusivitäten› hat dieses Jahr 20-Jähriges – also 20 Jahre Sex-Spielzeuge und Veranstaltungen rund um Sex. Die mittlerweile vorhandene weibliche Sexindustrie habe ich mit aufgebaut und ich kämpfe für die Befreiung der SexualitätEN. Ausserdem bin ich Autorin, Herausgeberin, Linguistin und Mediatorin, leite Workshops und andere initiiere Aktionen wie jetzt den jährlichen Mösenmonat MöMo .

Du hast auch bei einer feministischen Pornoproduktion mitgemacht. Nach welchen Kriterien wurden die Akteurinnen ausgesucht?
Es waren ca 50 Frauen und Transgender-Leute, die sich eingebracht haben, wir hatten keine Auswahlkriterien. Das ist sicher auch das Besondere daran. Unser Projekt ist ein Leidenschaftsprojekt. Das Alter der Personen reichte von 20 bis 56, es war eine Schwangere dabei, die liebend gerne ihren Bauch gezeigt hat und eine andere, die schöne Falten hatte, eine Person war schön füllig, eine andere dünn. Eine bunte Mischung ist da zustande gekommen.

Auf dem letzten Berliner Ladyfest hast du zum Beispiel einen Porno gezeigt, in dem eine Frau nur ein Bein hatte. Wie waren die Reaktionen?
Das war ungefähr der erste Lesben-Porno, der hier in Berlin oder auch in Deutschland gedreht wurde. Die Akteurinnen waren zwei auffällige Frauen, die eine mit Glatze und punkig, die andere hatte die damals modische Frisur: auf der einen Seite einen langen Zopf, ansonsten kurzer Haarschnitt. Und sie hatte eben nur ein Bein. Die Reaktionen waren sehr interessant. Die Mehrheit der Zuschauerinnen war so beschäftigt mit dem Treiben der beiden – sie sind sehr aufeinander abgefahren – dass überhaupt nicht bemerkt wurde, dass die eine Frau einbeinig war.

Du bist ja Sex-Beraterin und Sex-Arbeiterin. Spielen Schönheitsnormen dabei eine Rolle?
Als Sexarbeiterinnen lernen Frauen, sich so zu akzeptieren, wie sie sind. Dick, dünn, grosse Titten, kleine Titten, dicker Arsch, wie auch immer. Du lernst, dich in Pose zu

setzen. Alles findet ein Begehren. Auch bei Pornos gibt es alle möglichen Varianten. Aber hier wird es kategorisiert als Fetisch. Prostitution ist das Sammelbecken für alles, was in der Gesellschaft nicht sein darf. Hier dürfen alle Geschlechtergrenzen überschritten werden.

In der Sexualberatung stelle ich leider immer noch fest, dass Frauen sehr starke Probleme damit haben, wie sie aussehen und ob sie den eigenen und fremden Ansprüchen genügen. Wenn zum Beispiel die Lippen nicht gleichmässig geformt sind oder die Brüste zu lang, dann behindert das die Frauen im Ausleben ihrer Sexualität, weil sie sich nicht normal fühlen.

Gibt das da dann einen Ansatz, wie du sie dann berätst?
Klar. Ich empfehle ihnen, zu mir in den Salon zu kommen oder ähnliche Orte aufzusuchen, weil hier sehr unterschiedliche Leute sind, die sich nicht kategorisieren lassen. Und es gibt Unterstützung, auch darin, dass eine Operation nicht unbedingt die Lösung ist und du danach plötzlich deine Sexualität findest, sondern du auch anders zu dir selber finden kannst.

Sind Frauen mehr von Schönheitsnormen betroffen als Männer?
Jaja. Natürlich sind Männer auch betroffen, aber es ist kein Vergleich zu dem, was Frauen an Kontrollen erleiden mussten. Äusserlich und innerlich, physisch und psychisch. Das ist ein enormer Unterschied. Ich will hier aber keine Hierarchie der Unterdrückung aufmachen. Es geht darum, Normen abzubauen und diese starren Vorstellungen aufzulösen, und damit allen zu helfen. Klar, ich kämpfe für Frauen, aber ich bin letztendlich gegen eine Kategorisierung in Geschlechter überhaupt.

Was hältst du von Schönheitsoperationen?
Ich persönlich finde es unnötig, weil ich gerne jede Person so akzeptiert sehen möchte, auch von sich selbst, wie sie ist. Manche Menschen leiden aber so sehr, dass Operationen dann sinnvoll sein können bzw. schmerzlindernd.

Und Geschlechtsoperationen?
Prinzipiell ist das okay, wenn es leidreduzierend wirkt. Aber auch bei Transgender haben sich natürlich schon Schönheitsnormen etabliert, entsprechend der allgemein männlichen, inkl. Bodybuilding und Fashio-Outfit. Ich freue mich aber sehr, wenn andere Varianten von Geschlecht auftauchen und glücklich sind. Ich würde mir wünschen, dass die Gesellschaft die Leute einfach so lassen würde, wie sie sich geben oder fühlen, die Bewertungen wegfallen würden. Das würde vielleicht manche Operation ersparen, auch am Geschlecht. Jetzt ist es ja noch so, dass die Gebärmutter entfernt wird, damit du als richtiger Mann anerkannt wirst. Besser wäre es dem Beispiel New

York zu folgen. Hier kann man seinen Namenin den Pass eintragen lassen, wenn man den Nachweis erbringt, unter eben diesem Namen mehrere Jahre gelebt zu haben und als solcher bekannt zu sein.

Vielleicht kannst du noch was persönliches erzählen, wo du selber kategorisierst oder selber mit Diskriminierung aufgrund deines Aussehens konfrontiert worden bist?
Diskriminierung habe ich als Femme und als Sexarbeiterin mit langen blonden Haaren erlebt. Ich war früher hetero, dann bi und jetzt lesbisch. In der Anfangszeit meines Lesbentums, als ich auch noch Sexarbeiterin war, musste ich mich stark beweisen und gegen Urteile angehen.

Ob ich persönlich kategorisiere? Ähm, jetzt natürlich nicht mehr. (lacht)

Warst du Sexarbeiterin für Lesben oder Heteros?
Ich habe in der Hetero-Prostitution gearbeitet. Das war damals sehr schwer, der Lesbenszene zu vermitteln, dass es auch als Lesbe möglich ist. Da gab es Anfeindungen von allen Seiten. Und das macht sich dann auch am Äusseren fest. Mit langen Haaren wirst du gleich als Hetera eingestuft.

Eine letzte Frage: Hast du sie dann deswegen abgeschnitten?
Nein. So kurz wie jetzt hab ich sie erst seit ein paar Jahren. Als es immer liberaler wurde und immer mehr Lesben mit langen Haaren aufgetaucht sind. (lacht)

Weil ich keine Lust mehr habe, als zu gross, zu klein, zu dünn, zu dick, zu hässlich oder zu schön gelabelt zu werden. Ich habe keine Lust mehr auf Lookism und den ganzen anderen Scheiss. Ich will nicht einzigartig sein müssen und doch der Norm entsprechend.

Der Begriff Lookism benennt den Mechanismus der Hierarchisierung von Individuen auf der Basis von Körpermerkmalen, die positiv oder negativ bewertet werden und den Wert des Individuums somit steigern oder mindern können. Was im Bezug auf das Aussehen als positiv und negativ verstanden wird, hängt mit vielen Faktoren zusammen, beispielsweise dem jeweiligen Konzept der Geschlechterrollen.

Wir nutzen wir den Begriff, um die Normierung von Körpern und damit einhergehende Diskriminierung und Ausschlüsse zu beschreiben. In diesem Zusammenhang nutzen wir die Begriffe «schön» und «hässlich» stellvertretend für eine Vielzahl von positiv/negativ konnotierten Wörtern, die sich auf das Aussehen des Körpers beziehen.